

INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

Daniel Granado Pulido

IDEASPROPIAS
editorial

Inglés profesional para turismo

Inglés profesional para turismo

Uso en la comercialización, información
y atención profesional

Autor

Daniel Granado Pulido (Cádiz, 1973) es licenciado en Filología Anglogermánica. Además, es técnico de formación *on-line* y experto en Dirección y gestión de acciones formativas y uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Con muchos años como formador a sus espaldas, ha impartido e imparte numerosos cursos de inglés básico y avanzado, tanto presenciales como mediante la metodología *e-learning*, destacando entre ellos los orientados a la restauración y al turismo. Asimismo, ha realizado trabajos de traductor e intérprete y locutor de inglés para importantes entidades hosteleras, proyectos culturales y eventos deportivos.

Su amplia experiencia profesional como formador de lengua inglesa, así como su alta capacidad didáctica y conocimientos sobre metodologías formativas, le han llevado a la autoría de esta obra. Además, ha sido galardonado con el prestigioso premio internacional Gourmand World Cookbook Awards por su manual *Inglés profesional para servicios de restauración* publicado en 2012 por Ideaspropias Editorial.

Ficha de catalogación bibliográfica

Inglés profesional para turismo. Uso en la comercialización, información y atención profesional

1.ª edición
Ideaspropias Editorial, Vigo, 2015

ISBN: 978-84-9839-548-8
Formato: 17 x 24 cm • Páginas: 218

INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO. USO EN LA COMERCIALIZACIÓN,
INFORMACIÓN Y ATENCIÓN PROFESIONAL.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS 2015, respecto a la primera edición en español, por
© Ideaspropias Editorial.

ISBN: 978-84-9839-548-8
Depósito legal: VG 82-2015
Autor: Daniel Granado Pulido
Imagen de la cubierta diseñada por Freepik.es
Impreso en España - Printed in Spain

Ideaspropias Editorial ha incorporado en la elaboración de este material didáctico citas y referencias de obras divulgadas y ha cumplido todos los requisitos establecidos por la Ley de Propiedad Intelectual. Por los posibles errores y omisiones, se excusa previamente y está dispuesta a introducir las correcciones pertinentes en próximas ediciones y reimpressiones.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos	11
1.1. Terminología del sector turístico	12
1.2. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios posventa, entre otros	22
1.3. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos	43
1.4. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico	52
1.5. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos	57
1.6. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero	58
1.7. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero	68
CONCLUSIONES	79
AUTOEVALUACIÓN	81
SOLUCIONES	85
2. Prestación de información turística en inglés	87
2.1. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística	88
2.2. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios, tarifas y prestación de la misma a clientes	92
2.3. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio	96
2.4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre	109
2.5. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan	128

2.6. Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados	131
2.7. Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico	135
CONCLUSIONES	139
AUTOEVALUACIÓN	141
SOLUCIONES	145
3. Atención al cliente de servicios turísticos en inglés	149
3.1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes	150
3.2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales	152
3.3. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita	162
3.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes	181
3.5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad	186
3.6. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas	194
CONCLUSIONES	197
AUTOEVALUACIÓN	199
SOLUCIONES	201
PREGUNTAS FRECUENTES	205
GLOSARIO	207
EXAMEN	209
BIBLIOGRAFÍA	215

INTRODUCCIÓN

En este libro se abordarán todos los puntos fundamentales para poder comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en el ámbito profesional del sector turístico.

Los contenidos se irán desglosando mediante el desarrollo de tres unidades didácticas bien diferenciadas que darán lugar, después del proceso de aprendizaje, a la obtención de todo el conocimiento necesario para interpretar y producir mensajes orales y escritos de complejidad media, expresados por los clientes y proveedores o recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, así como para comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones propias de los servicios turísticos.

En la primera unidad didáctica se analizan aspectos lingüísticos generales para realizar de forma correcta la gestión y la comercialización en lengua inglesa de los servicios turísticos.

En la segunda unidad didáctica se irán desglosando y presentando diversos aspectos sobre el turismo: desde el intercambio y la gestión de información turística en inglés, y la prestación de información turística genérica al cliente hasta los principales puntos que se deben tener en cuenta para que el impacto del sector turístico sea el menor posible en el medioambiente. También se especificará la legislación ambiental europea y la importancia de la sensibilización de la conservación de los recursos ambientales.

La tercera unidad didáctica se centra en la terminología, y usos y estructuras lingüísticas habituales en la atención al cliente. Además, se analizarán los estilos formal e informal tanto en la comunicación oral como escrita, el tratamiento de las reclamaciones o quejas de los clientes, y el vocabulario útil en caso de tener que comunicar un accidente a las personas cercanas de clientes o turistas.

Inglés profesional para turismo

1 Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos

Objetivos

- Interpretar mensajes orales en inglés y reconocer el propósito del mensaje en situaciones profesionales: atención a proveedores y profesionales, gestión de reservas, confirmación de servicios, promoción, venta y negociación.
- Interpretar mensajes, instrucciones y documentos en inglés y reconocer su propósito en situaciones profesionales: consulta de manuales de maquinaria, equipamiento o utensilio y de aplicación informática.
- Expresar oralmente en inglés fórmulas de cortesía y frases complejas en situaciones profesionales: atención a proveedores y profesionales, gestión de reservas, confirmación de servicios, promoción, venta, negociación e información y formación para implantar sistemas de calidad.
- Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas en situaciones profesionales: avisos para clientes, documentos de gestión y comercialización, reservas y venta de servicios, gestión de reservas, formalización de documentos, elaboración de informes, solicitud de información, información básica y redacción de información.
- Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales: atención a proveedores y profesionales, gestión de reservas, confirmación de servicios, promoción, venta y negociación.

Contenidos

1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos
 - 1.1. Terminología del sector turístico
 - 1.2. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios posventa, entre otros
 - 1.3. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos
 - 1.4. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico
 - 1.5. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos
 - 1.6. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero
 - 1.7. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero

1.1. Terminología del sector turístico

Es muy recomendable para todas aquellas personas que sean las responsables de la gestión y comercialización de los servicios turísticos elaboren lo que se denomina DMS (Destination Management System, sistema de gestión de destino /ˌdɛstəˈneɪʃən ˈmæniʤmənt ˈsɪstəm/).

Una DMS es una base de datos para la recolección, manipulación y distribución de información. Este sistema incluye lo siguiente:

- **Supply inventory and performance of hotels, tour operators, attractions, restaurants, etc.** /səˈplaɪ ˈɪnvənt:ri ənd pəˈfɔ:rməns əv hæʊˈtɛlz tuə ˈɒpəreɪtəz əˈtrækʃ(ə)nz ˈrestrɒnts/ (Inventario de suministro y rendimiento o actuación de hoteles, turoperadores, atracciones, restaurantes, etc.).
- **Events, festivals, activities, shopping** /ɪˈvɛnts ˈfestəvəlz ækˈtɪvətɪz ˈʃɒpɪŋ/ (Acontecimientos, festivales, actividades, compras).
- **Visitor profiles and spending patterns** /ˈvɪzɪtə ˈprəʊfaɪlz ənd ˈspendɪŋ ˈpætənz/ (Perfiles del visitante y modelos de gastos).
- **Resident survey results** /ˈrezɪdənt ˈsɜ:vɪ rɪˈzʌlts/ (Resultados de las encuestas de los residentes).
- **Social, economic, and environmental impacts** /ˈsəʊʃəl ɪ:kəˈnɒmɪk ənd ɪnˌvaɪərənˈmentl ˈɪmpæktz/ (Impacto social, económico y medioambiental).

También se recomienda la implantación de la DMO (Destination Management Organization, /ˌdɛstəˈneɪʃən ˈmæniʤmənt ɔ:ɡənəɪˈzeɪʃən/, organización de gestión de destino). La DMO es un sistema de implementación para la estrategia turística, que ofrece integridad al proceso de desarrollo del destino y sirve a los intereses de la cadena de valor completa. La DMO es una estructura formal que añade esfuerzos para gestionar y vender el destino.

La DMO ayuda al aumento del turismo a través de la construcción de sociedades privadas y públicas extensas, del desarrollo de estrategias de comercialización y de la creación de oficinas de información al turista. Estos sistemas trabajan estrechamente con los negocios del turismo y las organizaciones interesadas en el

destino, incluyendo hoteles, atracciones, parques, agencias de viajes, turoperadores y guías, restaurantes, etc.

Tanto la DMS como la DMO sirven para aportar información y ofrecer formación para implantar sistemas de calidad turística. Por este motivo, es fundamental expresar oralmente y emplear un amplio vocabulario para poder informar y formar para la implantación de los sistemas de calidad.

Del mismo modo, para poder realizar eficiente y correctamente la gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos es fundamental tener claros una serie de conceptos básicos sobre la correcta terminología que debe emplearse en este tipo de gestiones.

La gestión y comercialización de servicios turísticos, como cualquier otro tipo de producto vendible, requiere de un cliente que lo consuma, que lo compre y que disfrute de ellos (como en el caso de un hotel, por ejemplo). Por este motivo, se debe indicar que existen varias palabras para denominar a un cliente aunque también pueden tener traducciones más específicas en español: **buyer** /'baɪə/ (comprador), **shopper** /'ʃɒpə/ (comprador), **patrón** /'peɪtrən/ (cliente habitual), **customer** /'kʌstəmə/ (cliente), **client** /'klaɪənt/ (comprador), **guest** /gest/ (huésped, invitado o visita). Sin embargo, es importante destacar que en el ámbito turístico se debe hacer referencia a los clientes siempre como **guests** /gests/.

También resulta fundamental tener claros otros conceptos y aspectos sobre los distintos términos y denominaciones que existen en inglés para designar a los diferentes tipos de turistas. Se tendrá que distinguir, por lo tanto, entre la siguiente terminología: **tourism** /'tʊərɪz(ə)m/ (turismo), **tourist** /'tʊərɪst/ (turista), **visitor/visitant** /'vɪzɪtə/ /'vɪzɪtənt/ (visitante), **same day visitor/excursionist** /sem deɪ 'vɪzɪtə ɪks'kɜːʃənɪst/ (excursionista), **traveller** /'træv(ə)lə/ (viajero), **business traveller** /'bɪznəs 'træv(ə)lə/ (viajero de negocios).

Existe diferente terminología necesaria en este sector a la hora de interpretar los manuales, **handbooks** /'han(d)bʊks/, tanto de maquinaria, equipamiento o utensilio como de aplicación informática.

La forma verbal que con mayor frecuencia se puede encontrar en manuales de maquinaria, equipamiento o utensilios de la actividad turística es el imperativo o

el imperativo negativo. También es muy usual que aparezcan diversos adverbios de frecuencia; los más utilizados son los que se incluyen en la siguiente tabla:

Original	Traducción
Always	Siempre
Ever	Alguna vez
Frequently	Frecuentemente
Generally	Generalmente
Never	Nunca
Normally	Normalmente
Often	A menudo, con frecuencia
Rarely	Raras veces
Seldom	Raras veces
Sometimes	Algunas veces
Usually	Usualmente

Además de la forma verbal de imperativo y de los adverbios de frecuencia, se deberá dominar, a la hora de consultar un manual sencillo de maquinaria, equipamiento o utensilios de la actividad turística, los verbos de acción que se emplean con mayor frecuencia en los mismos. A continuación, se presenta un listado con los más usuales:

Original	Traducción
Activate	Activar
Adjust	Ajustar
Allow	Permitir, dejar
Avoid	Evitar
Carry out	Llevar a cabo
Check	Comprobar
Control	Controlar
Deactivate	Desactivar
Decrease	Disminuir
Depress	Presionar
Ensure	Asegurar
Follow	Seguir

Increase	Aumentar, incrementar
Install	Instalar
Keep	Mantener, guardar
Leave	Dejar, abandonar
Open	Abrir
Operate	Poner en funcionamiento, manejar
Place	Situar
Preset	Preseleccionar
Press	Presionar
Push	Presionar
Remove	Quitar, sacar
Replace	Sustituir, reemplazar, volver a poner
Reset	Resetear, poner a cero
Select	Seleccionar
Set	Ajustar
Start	Comenzar
Stop	Detener, parar
Switch off	Apagar
Switch on	Encender

Seguidamente, se adjunta un listado de vocabulario y expresiones que habitualmente se encuentran en los manuales de instrucciones de cualquier tipo de maquinaria, equipamiento o utensilio del ámbito de la restauración:

Original	Traducción
After use	Después de su uso
After-sale service	Servicio de posventa
Before first use	Antes del primer uso
Care	Cuidado, mantenimiento
Cleaning the...	Limpieza del...
Control panel	Panel de control
Description of the...	Descripción del...
During operation	Durante el uso
Environmental information	Información medioambiental

Error codes	Códigos de error
Function symbols	Símbolos de función
Guide to use the...	Guía para utilizar el...
Hints and tips	Consejos prácticos
How to select a function	Cómo seleccionar una función
How to set the time	Cómo programar el tiempo
Installation	Instalación
Maintenance	Mantenimiento
On/Off button	Botón de encendido/apagado
Operation	Uso
Programming the...	Programando el...
Repairs	Reparaciones
Safety and energy saving functions	Funciones de seguridad y ahorro energético
Safety information	Información sobre seguridad
Something not working	Algo no funciona
Sympton	Síntoma
Solution	Solución
Technical data	Datos técnicos
Troubleshooting	Resolución de problemas
Use	Uso
Using the...	Utilizando el...

A la hora de consultar y entender un manual sencillo de aplicación informática relacionado con el turismo, además del modo verbal de imperativo, que será el comúnmente empleado en este tipo de documentos, lo primero que se debe conocer son los verbos de acción, puesto que son los utilizados con mayor frecuencia en este tipo de manuales. Por ese motivo, se presenta un listado con los más usuales:

Original	Traducción
Access	Acceder
Add	Añadir
Adjust	Ajustar

Attach	Adjuntar
Browse	Mirar, ojear
Check	Revisar
Choose	Elegir
Clear	Limpiar o borrar
Click	Hacer clic
Close	Cerrar
Configure	Configurar
Copy	Copiar
Create	Crear
Customize	Personalizar
Cut	Cortar
Delete	Borrar
Download	Descargar
Edit	Editar
Enter	Introducir
Export	Exportar
Go to	Ir a
Join	Unir
Load	Cargar
Note	Tener en cuenta
Open	Abrir
Paste	Pegar
Press	Presionar
Print	Imprimir
Remove	Quitar, desinstalar
Replace	Reemplazar
Restart	Reiniciar
Return	Volver, regresar
Right-click	Hacer clic con el botón derecho del ratón
Save	Guardar
Save as	Guardar como

Search	Buscar
Select	Seleccionar
Set	Ajustar
Set up	Poner, colocar, fijar, establecer, instalar
Split (cells)	Dividir (celdas)
Sign in	Darse de alta
Uninstall	Desinstalar

También se han de poseer ciertos conocimientos sobre el vocabulario técnico informático empleado. A continuación se presentan los términos más habituales, los que tienen un mayor rango de frecuencia de aparición en los manuales de aplicaciones informáticas:

Original	Traducción
Browser	Navegador
Cursor	Cursor
Document	Documento
Field	Campo
File	Archivo
Folder	Carpeta
Framework	Marco de trabajo
Hardware	Partes físicas del ordenador (teclado, pantalla, ratón, impresora, etc.)
Interface	Interfaz de usuario
Key	Tecla
Keyboard	Teclado
Log in/Log on	Entrar al sistema
Log off/Log out	Salir del sistema
Menu	Menú
Mouse	Ratón
Net	Red
Network	Red de trabajo
Password	Contraseña
Pointer	Puntero
Printer	Impresora

Profile	Perfil
Program	Programa
Screen	Pantalla
Server	Servidor
Software	Partes no físicas del ordenador
Tab	Pestaña
Template	Plantilla
Type	Teclear, tipografía
User	Usuario
User profile	Perfil de usuario

Para cada manual de instrucciones de cada aplicación informática en concreto, habrá que saber o buscar las palabras técnicas referidas a esa aplicación o software en cuestión. Así cada uno de ellos tendrá un sistema de funcionamiento y unas palabras técnicas diferentes, dependiendo del utensilio del que se trate.

A continuación se muestra un ejemplo de una parte de un manual de instrucciones de una aplicación informática:

Original	Traducción
Configuration	Configuración
To set up printer configuration click: Configuration>Preferences>Print color. In this dialog box you can find these options: color or black and white prints.	Para establecer la configuración de la impresora haga clic en: Configuración>Preferencias>Color de impresión. En este cuadro de diálogo puede encontrar estas opciones: impresión en color o blanco y negro.

Algunos conceptos en el ámbito del turismo pueden provocar cierta confusión; por ejemplo:

- **Destination** /ˌdɛstəˈneɪʃən/ (Destino): el lugar hacia el que se dirige un viaje que, además, ha sido predeterminado de antemano.
- **Site** /saɪt/ (Emplazamiento): este término hace referencia al espacio de tierra donde algo estuvo, está o estará destinado a emplazarse.

- **Attraction** /ə'trækʃ(ə)n/ (Atracción): una atracción es cualquier objeto, lugar o concepto que atrae a las personas y que les proporciona a estas una experiencia distinta a aquellas que realizan durante el transcurso de su vida cotidiana. Normalmente, todos los productos turísticos llevan implícita una atracción. Las atracciones pueden ser de carácter cultural, natural o de ocio.
- **Activities** /æk'tɪvətɪz/ (Actividades): este término hace referencia a las actividades que, por ejemplo, un establecimiento hotelero lleva a cabo u ofrece a sus clientes. En este sentido, la palabra también se puede traducir al español también como «animación».
- **Services** /'sɜ:vɪsɪz/ (Servicios): este término se refiere al trabajo proporcionado por los trabajadores de una empresa.
- **Facilities** /fə'sɪlɪtɪz/ (Instalaciones): este término consiste en los medios o equipos de facilitar la ejecución de una acción. Por ejemplo, cuando se habla de instalaciones de hotel, **hotel facilities** /həʊ'tel fə'sɪlɪtɪz/, se incluyen la piscina, el gimnasio, el spa, etc.
- **Amenities** /ə'mi:nətɪz/ (Servicios): en el ámbito hotelero, esta palabra puede referirse a dos cosas: por un lado, a las atenciones que ponen los hoteles como, por ejemplo, las del baño de la habitación (gel, champú, peine, gorro de ducha, maquinilla y crema de afeitar, cepillo para lustrar los zapatos, etc.). Por otro lado, puede ser también un sinónimo de instalaciones, hoteleras como la piscina, el gimnasio, el spa, el *jacuzzi*, etc.

El verbo **to travel** /tə'trævl/ (viajar) se utiliza en pocas ocasiones en su versión sustantiva **travel** /'trævlə/ (viaje) de manera muy general. Relacionado con este término existen diversas formas para referirse a este concepto con otras posibles traducciones: **journey** /'dʒɜ:ni/ (trayecto), **trip** /trɪp/ (viaje corto), **voyage** /'vɔɪdʒ/ (travesía larga por mar) y **tour** /tʊə/ (visita a varios puntos).

Para realizar una buena gestión y organización de servicios turísticos en un alojamiento, **accommodation** /ə,kɒmə'deɪʃ(ə)n/, es además recomendable tener un buen inventario que incluya, entre otras cuestiones, las siguientes:

- **Number of rooms and beds** /'nʌmbər əv ru:mz ənd bedz/ (Número de habitaciones y camas).

- **Average rack rate, per season** /'ævərɪdʒ ræk reɪt, pɜːr 'siːzn/ (Promedio de tarifa *rack*, por temporada).
- **Occupancy rate, per season** /'ɒkjʊpənsi reɪt pɜːr 'siːzn/ (Tasa de ocupación, por temporada).
- **Average length of stay** /'ævərɪdʒ lɛŋθ əv steɪ/ (Duración media de la estancia).

Existen distintos tipos de alojamiento, **types of accommodations**; su terminología es la que se indica en la siguiente tabla:

Types of accommodations (Tipos de alojamiento)	
Original	Traducción
B&B (Bed and Breakfast) /biː ənd biː bɛd ənd 'brɛkfəst/	Alojamiento y desayuno
Camping sites /'kæmpɪŋ saɪts/	<i>Camping</i>
Guesthouse /'gesthaʊs/	Casa de huéspedes
Hotel /həʊ'tel/	Hotel
Hostel /'hɒstəl/	Hostal
Inn /ɪn/	Posada, pensión
Motel /məʊ'tel/	Motel
Resort /rɪ'zɔːt/	<i>Resort</i> , complejo vacacional
Self-catering apartment /self-'keɪtərɪŋ 'əːpɑːtmənt/	Apartamento con derecho a cocina
Youth hostel /juːθ 'hɒstəl/	Albergue juvenil

Otros de los términos que se deben tener claros y saber diferenciar son los siguientes:

- **Inbound tourism** /'ɪnbəʊnd 'tʊərɪz(ə)m/ (Turismo receptor): término que hace referencia a la llegada de visitantes de otro país a un territorio. Por ejemplo, los alemanes que van de turismo a España.
- **Outbound tourism** /'aʊtbaʊnd 'tʊərɪz(ə)m/ (Turismo emisor): término que se emplea para referirse a aquellos visitantes o turistas que salen del territorio para visitar otros países. Por ejemplo, un español que visita Alemania.

1.2. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios posventa, entre otros

El recurso principal del que se puede disponer para presentar unos productos o servicios turísticos y resaltar así las características que los mismos ofrecen, es el uso de los adjetivos calificativos, tanto en su forma positiva como en su forma de comparativos y superlativos. Normalmente se hace uso de adjetivos calificativos de carácter positivo para resaltar las cualidades del local o producto, para convencer al cliente de que dicho producto es mejor que el de los demás y para diferenciarlo del resto de empresas similares.

A continuación se muestran algunos de los adjetivos que habitualmente se emplean para redactar este tipo de documentos y comunicaciones, para destacar las características de un producto o servicio.

Adjectives (Adjetivos)	
Original	Traducción
Awesome	Genial, impresionante
Beautiful	Hermoso, precioso
Big	Grande
Comfortable	Cómodo, confortable
Complimentary	De regalo, obsequio
Different	Diferente
Easy	Fácil, sencillo
Elegant	Elegante
Excellent	Excelente
Exquisite	Exquisito
Famous	Famoso
Fantastic	Fantástico
Far	Lejano, lejos
Fine	Excelente, magnífico
Friendly	Amistoso, agradable, amable
Good	Bueno

High	Alto, elevado
Incomparable	Incomparable
Large	Grande, extenso, amplio
Marvellous	Maravilloso
Modern	Moderno
New	Nuevo
Nice	Agradable, bonito, simpático
Outstanding	Impresionante, sobresaliente
Perfect	Perfecto
Pleasant	Agradable
Polite	Educado
Promotional	Promocional
Quiet	Tranquilo
Relaxing	Relajante
Satisfied	Satisfecho
Selected	Selecto, exclusivo, distinguido
Splendid	Espléndido
Unique	Único
Wonderful	Maravilloso

En la siguiente tabla se muestran unos ejemplos en los que se han empleado algunos de los adjetivos anteriores. En estos ejemplos se destacan en **negrita** todos y cada uno de los adjetivos empleados.

Original	Traducción
This new hotel was built in 2012. You will enjoy a wonderful experience visiting us! Our selected guests will not disturb your rest at any moment.	Este nuevo hotel fue construido en 2012. ¡Disfrutará de una experiencia maravillosa visitándonos! Nuestra distinguida clientela no perturbará su descanso en ningún momento.
You will get a complimentary champagne bottle on arrival if you book now.	Recibirá una botella de champán como obsequio a su llegada si reserva ahora.

With our easy access you will find no difficulties to get to our attraction and our nice and friendly staff will help you every time you need.	Con nuestro fácil acceso, no encontrará ninguna dificultad para llegar a nuestra atracción y nuestro simpático y amable personal le ayudará cada vez que lo necesite.
Enjoy our promotional rates now!	¡Disfrute de nuestras tarifas promocionales ahora!
With its elegant hall, our hotel is the most famous one in the area.	Con su elegante hall, nuestro hotel es el más famoso de la zona.
You will be able to try our excellent selection of wines and our exquisite selection of meals at our hotel restaurant.	Podrá degustar nuestra excelente selección de vinos y nuestra exquisita selección de platos en el restaurante de nuestro hotel.
Its fantastic swimming pool will relax you after a tiring sightseeing day.	Su fantástica piscina le relajará tras un agotador día de visitas turísticas.
Our resort is located far from the big city and its stressing life.	Nuestro resort está situado lejos de la gran ciudad y de su estresante vida.
Our deluxe hotel will provide you with a perfect holiday you will never forget.	Nuestro hotel de lujo le proporcionará unas vacaciones perfectas que nunca olvidará.

Algunos de los adjetivos irregulares más habituales en este sector son los que se indican en la siguiente tabla.

Irregular adjectives (Adjetivos irregulares)		
Adjective (Adjetivo)	The superiority comparative form (Comparativo de superioridad)	The superlative form (Superlativo)
Good (Bueno)	Better (Mejor)	The best (El mejor)
Bad (Malo)	Worse (Peor)	The worst (El peor)
Far (Lejos)	Farther/Further (Más lejano/ Lejos que)	The farthest/The furthest (Lo más lejano/Lejos)
Little (Poco)	Less (Menos)	The least (Lo menos/ Lo ínfimo)
Much/many (Mucho)	More (Más)	The most (Lo más)

A continuación, se presenta una tabla con algunos adjetivos que tienen las terminaciones **-ed** o **-ing**.

Adjectives (Adjetivos)	
-ed	-ing
Aggravated (Agravado)	Aggravating (Agravante)
Amused (Divertido)	Amusing (Divertido)
Annoyed (Molesto)	Annoying (Molesto)
Astonished (Asombrado)	Astonishing (Asombroso)
Astounded (Asombrado)	Astounding (Asombroso)
Bored (Aburrido)	Boring (Aburrido)
Captivated (Cautivado)	Captivating (Cautivador)
Charmed (Encantado)	Charming (Encantador)
Concerned (Preocupado)	Concerning (Preocupante)
Confused (Confundido)	Confusing (Confuso)
Convinced (Convencido)	Convincing (Convincente)
Disappointed (Decepcionado)	Disappointing (Decepcionante)
Disgusted (Indignado)	Disgusting (Indignante)
Distressed (Preocupado)	Distressing (Preocupante)
Disturbed (Perturbado)	Disturbing (Perturbador)
Embarrassed (Avergonzado)	Embarrassing (Vergonzoso)
Encouraged (Animado)	Encouraging (Alentador)
Entertained (Entretenido)	Entertaining (Entretenido)
Excited (Emocionado)	Exciting (Emocionante)
Exhausted (Agotado)	Exhausting (Agotador)
Fascinated (Fascinado)	Fascinating (Fascinante)
Frightened (Asustado)	Frightening (Espantoso)
Fulfilled (Satisfecho)	Fulfilling (Satisfactorio)
Gratified (Satisfecho)	Gratifying (Gratificante)
Insulted (Insultado)	Insulting (Insultante)
Interested (Interesado)	Interesting (Interesante)
Moved (Emocionado)	Moving (Emocionante)
Overwhelmed (Abrumado)	Overwhelming (Abrumador)

Perplexed (Desconcertado)	Perplexing (Desconcertante)
Pleased (Satisfecho)	Pleasing (Satisfactorio)
Relaxed (Relajado)	Relaxing (Relajante)
Satisfied (Satisfecho)	Satisfying (Satisfactorio)
Shocked (Impresionado)	Shocking (Impresionante)
Sickened (Asqueado)	Sickening (Asqueroso)
Soothed (Relajado)	Soothing (Relajante)
Surprised (Sorprendido)	Surprising (Sorprendente)
Thrilled (Emocionado)	Thrilling (Emocionante)
Tired (Cansado)	Tiring (Agotador)
Unsettled (Perturbado)	Unsettling (Perturbador)
Worried (Preocupado)	Worrying (Preocupante)

Fuente (modificada y ampliada) de <http://bit.ly/1w3cYfy>

Además de los adjetivos calificativos, a la hora de presentar productos o servicios turísticos puede ser de gran utilidad otro tipo de vocabulario como, por ejemplo, el siguiente:

Original	Traducción
Ambient	Ambiente
Atmosphere	Atmósfera
Decorated	Decorado
Lighting	Iluminación
Located	Localizado/Situado en
Location	Localización/Situación
Place	Lugar
Placed	Situado en
Scenery/Landscape	Paisaje
Sea view	Vista al mar
Service	Servicio
Special offer	Oferta especial
Staff	Plantilla
Surroundings	Alrededores
Views	Vistas

A continuación, y con su correspondiente traducción al español, se proporciona un ejemplo de cómo realizar una correcta presentación de un hotel o servicio turístico empleando para ello adjetivos calificativos en sus grados positivo, comparativo y superlativo.



The Chelsea Hotel II

Located on the sea line, The Chelsea Hotel II is the best place with the best environment and atmosphere to spend your holidays. Therefore, we can state that our hotel is more comfortable, spacious, and relaxing than any other one in its category. Besides a warm welcome and an exquisite treatment from our friendly staff, its relaxing sea views, amenities, and facilities make it a unique location to enjoy your holidays at any season.



The Chelsea Hotel II

Situado en primera línea de playa, el Hotel Chelsea II es el mejor lugar con el mejor ambiente y atmósfera para pasar tus vacaciones. Nuestro hotel es más cómodo, espacioso y relajante que ningún otro en su categoría. Además de una cálida bienvenida y un tratamiento exquisito por parte de nuestro agradable personal, sus relajantes vistas al mar, servicios e instalaciones hacen de él un lugar único para disfrutar de sus vacaciones en cualquier época del año.

También es posible realizar comparativos y superlativos con los adverbios. Normalmente, la comparación mediante adverbios se realiza añadiendo **more** (más), mientras que para realizar el superlativo se añade **most** (más). Esto quiere decir que funciona exactamente igual que las comparaciones y los superlativos de los adjetivos. A continuación se muestra un ejemplo:

Could you explain me the hotel facilities more quietly? /kəd ju ɪks'pleɪn mi ðə həʊ'tel fə'sɪlɪtɪz mɔ: 'kwaɪətli:/ ¿Podría explicarme las instalaciones del hotel con más tranquilidad?

Aquellos adverbios que tengan la misma forma que los adjetivos realizan su comparativo y superlativo de la misma forma que lo hacen los adjetivos. En el caso del adjetivo y adverbio «tarde», **late**, forma su comparativo de superioridad con «más tarde», **later** y su superlativo con «último», **latest**. Unos ejemplos de esta circunstancia sería el siguiente:

I got to the hotel ten minutes later than the check-in time allowed /aɪ gɒt tə ðə həʊ'tel ten 'mɪnɪts 'leɪtə ðən ðə tʃek-ɪn taɪm ə'laʊd/: Llegué diez minutos más tarde de lo que estaba permitido registrarse (realizar el *check-in*).

The latest person to arrive at the hotel can check in at the front desk /ðə 'leɪtɪst' pɜ:sn tu ə'raɪv ət ðə həʊ'tel kən tʃek ɪn ət ðə frʌnt desk/: La última persona en llegar al hotel puede registrarse en recepción.

En la siguiente tabla se muestra el comparativo y superlativo de algunos adverbios irregulares:

Adverb(Adverbio)	The superiority comparative form (Comparativo de superioridad)	The superlative form (Superlativo)
Badly (Mal)	Worse (Peor)	Worst (El peor)
Well (Bien)	Better (Mejor)	Best (El mejor)
Little (Pequeño)	Less (Menor, Menos)	Least (El menos)
Much (Mucho)	More (Más)	Most (El que más)

A continuación se indican los factores de conversión entre las medidas inglesas y el sistema métrico¹.

Original	Abrev.	Traducción	Equivalencia
Length (Longitud)			
Foot	ft/'	Pie	30,48 cm
Inch	in/'	Pulgada	25,4 mm
Mile	m	Milla	1,6093 km
Yard	yd	Yarda	0,9144 m

¹ Para transformar medidas al sistema métrico se debe multiplicar por el factor indicado en la tabla. En cambio, si se quieren transformar medidas del sistema métrico en unidades inglesas se debe dividir por el factor indicado.

Area (Superficie)			
Acre	ac	Acre	0,4047 ha
Square foot	ft ²	Pie cuadrado	0,0929 m ²
Square inch	in ²	Pulgada cuadrada	6,4516 cm ²
Square mile	mi ²	Milla cuadrada	2,590 km ²
Square yard	yd ²	Yarda cuadrada	0,836 m ²
Weight (Peso)			
Ounce	Oz	Onza	28,35 g
Pound	Lb	Libra	453,6 g
Ton	t	Tonelada	1.016 kg (Reino Unido) 907,2 kg (Estados Unidos)
Volume (Volumen de sólidos)			
Cubic foot	cu ft/ft ³	Pie cúbico	0,02831 m ³
Cubic inch	cu in/in ³	Pulgada cúbica	16,38 cm ³
Cubic yard	cu yd/yd ³	Yarda cúbica	0,7646 m ³
Capacity (Volumen de líquidos)			
Fluid ounce	fl oz	Onza (líquidos)	28,41 ml (Reino Unido) 29,57 ml (Estados Unidos)
Gallon	gal	Galón	4,5461 l (Reino Unido) 3,7854 l (Estados Unidos)
Pint	pt	Pinta	568,3 ml
Quart	qt	Cuarto	1,137 l
Temperature (Temperatura)			
Fahrenheit	°F	Grados Fahrenheit	-17,22 °C
Kelvin	K	Grados Kelvin	-272,15 °C
Power (Potencia)			
Erg	erg/s	Ergio	0,0000001 W
Horsepower	HP	Caballo de fuerza	746 W
Joule	J/s	Julios por segundo	1 W

Fuente (modificada) de <http://bit.ly/13vvqEb>

En inglés, para la expresión de la cantidad, se emplean una serie de palabras o expresiones concretas. A continuación se van a estudiar las más frecuentes. Para expresar la cantidad en inglés, siempre, se ha de tener claro si los sustantivos son contables, **countable**, o incontables, **uncountable**.

Los incontables son aquellos sustantivos que pertenecen a los siguientes grupos o categorías: nombres abstractos, líquidos, elementos granulados, gases, etc. Por ejemplo, en inglés casi todos los alimentos también se consideran incontables como es el caso del pan, mientras que se pueden contar las rebanadas, las barras o las piezas de pan.

Con respecto a los sustantivos contables e incontables, existen dos adjetivos cuantificadores, **quantifiers**, fundamentales. Para los sustantivos incontables se deberá emplear **much** /mʌtʃ/ (mucho/mucha) y para los sustantivos contables **many** /'meni/ (muchos/muchas).

A continuación se incluyen unos ejemplos en los que se muestra cómo utilizar estos términos para expresar cantidad:

There isn't much money in the till /ðeər 'ɪznt mʌtʃ 'meni ɪn ðə tɪl/: No hay mucho dinero en la caja registradora.

There are many products in the souvenir shop /ðeər ɑ: 'meni 'prɒdʌkts ɪn ðə 'su:vənəɪ ʃɒp/: Hay muchos productos en la tienda de recuerdos.

En inglés la palabra **money** /'meni/ (dinero) se considera incontable, por lo que se deberá usar **much** /mʌtʃ/. Sin embargo, las monedas, **coins** /kɔɪnz/, o los billetes, **banknotes** /'bæŋknoʊts/, sí son contables. Por tanto, en estos casos se deberá emplear la palabra **many** /'meni/. A continuación se muestran algunos ejemplos con la forma incorrecta de emplear los cuantificadores.

I haven't got much money /aɪ hævnt ɡɒt mʌtʃ 'meni/: No tengo mucho dinero.

***I haven't got many money.**

I haven't got many coins /aɪ hævnt ɡɒt 'meni kɔɪnz/: No tengo muchas monedas.

***I haven't got much coins.**

Otros cuantificadores fundamentales para expresar la cantidad en lengua inglesa son: **some** /sʌm/ (alguno, uno), **any** /'eni/ (alguno, ninguno), **no** /nəʊ/ (no), **none** /nʌn/ (ninguno) y **every** /'evri/ (todo, cada) y sus respectivos compuestos.

El cuantificador **some** se emplea en oraciones afirmativas como las que se indican a continuación:

I need some change /aɪ ni:d sʌm tʃeɪndʒ/: Necesito algo de cambio.

I need some brochures /aɪ ni:d sʌm 'brəʊʃjʊəz/: Necesito algunos folletos.

En oraciones negativas, interrogativas y en aquellas que combinan ambos tipos, se emplea el cuantificador **any**. Este cuantificador puede traducirse de diversos modos según el tipo de oración en la que aparezca o incluso puede no ser necesaria su traducción. A continuación se muestran una serie de ejemplos en los que se utiliza esta forma:

There isn't any money left /ðeər 'ɪznt 'eni 'meni left/: No queda nada de dinero/
No queda dinero.